

Pengaruh Digitalisasi Informasi Desa Wisata Dan Sistem Pembayaran Digital Terhadap Peningkatan Jumlah Wisatawan Mancanegara Ke Sumatera Utara

Juli Meliza^{1*}, Aisyah Pramudita¹, Ika Syahfitri¹, Sabrina Heis¹, Yeni Ariesa²
Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma¹,
Fakultas Ekonomi, Universitas Prima Indonesia²
Email: newjuli07@gmail.com
*Corresponding Author : newjuli07@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menyelidiki hubungan antara digitalisasi informasi desa wisata dan sistem pembayaran digital terhadap peningkatan jumlah wisatawan mancanegara ke Sumatera Utara, Indonesia secara empiris. Artikel ini menganalisis hubungan digitalisasi informasi desa wisata dan sistem pembayaran digital terhadap peningkatan jumlah wisatawan mancanegara ke Sumatera Utara dari negara negara di Asia, dalam rentang waktu dari 2018-2022. Data diperoleh melalui website <https://sumut.bps.go.id/> dan website desa wisata Sumut <https://sumut.jadesta.com/>. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis data. Jumlah wisatawan mancanegara dipengaruhi secara positif oleh digitalisasi, yang menyiratkan peningkatan digitalisasi informasi dan sistem pembayaran menghasilkan perkembangan industri pariwisata yang ditandai dengan meningkatnya jumlah wisman ke Sumut. Digitalisasi menjanjikan prospek besar bagi pariwisata dalam jangka panjang. Khususnya, perbaikan pertumbuhan ekonomi, keuangan pembangunan serta pengurangan maraknya korupsi dan peningkatan kualitas lingkungan hidup yang mempunyai pengaruh yang menguntungkan terhadap kegiatan pariwisata. Temuan penulis sangat penting bagi para manajer dan pembuat kebijakan untuk menetapkan pemahaman komprehensif tentang peran digitalisasi dalam meningkatkan jumlah wisatawan. Hal ini karena digitalisasi telah terbukti berperan dalam kemajuan pariwisata, khususnya di Sumatera Utara.

Kata Kunci : Digitalisasi Informasi, Digitalisasi Sistem Pembayaran, Wisatawan Mancanegara, Sumut

1. PENDAHULUAN

Dukungan pemerintah terhadap digitalisasi desa wisata terlihat dari upaya Kementerian Desa dalam mempercepat prosesnya (Astuti et al., 2022). Digitalisasi ini melibatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk manajemen pemasaran, pengelolaan database pariwisata, dan memfasilitasi komunikasi bagi wisatawan, yang pada akhirnya mengarah pada peningkatan kepuasan wisatawan (Purnomo et al., 2020). Namun terdapat tantangan karena pesatnya penyebaran digitalisasi tidak menjamin dampaknya terhadap seluruh lapisan masyarakat, terutama di lokasi terpencil (Ramadhany et al., 2022).

Selain itu, penerapan pemasaran digital dan digitalisasi profil desa wisata berbasis web terbukti efektif meningkatkan layanan pariwisata dengan biaya lebih rendah (Andiani et al., 2023). Peningkatan transaksi pembayaran digital secara global semakin menekankan pentingnya sistem pembayaran digital di sektor pariwisata (Oentoro, 2021). Selain itu, sektor pariwisata semakin mengadopsi pembayaran digital untuk memfasilitasi transaksi bagi wisatawan (Hermanto et al., 2023).

Potensi pengembangan desa wisata dan pemanfaatan sistem informasi berbasis cloud computing untuk meningkatkan pengembangan desa wisata semakin mendukung pentingnya digitalisasi di sektor pariwisata (Tyas & Damayanti, 2018; Dewi et al., 2022). Dampak pandemi COVID-19 juga mempercepat peralihan ke arah penggunaan sistem pembayaran digital yang lebih besar, yang menunjukkan adanya transisi yang jelas menuju perekonomian tanpa uang tunai (Farkas dkk., 2022). Ketika industri pariwisata dan perhotelan bergerak menuju ekonomi yang lebih digital, menyediakan cara-cara canggih untuk menerima pembayaran ponsel pintar menjadi sebuah kebutuhan (Khan et al., 2022).

Pentingnya digitalisasi informasi tidak hanya meningkatkan pemasaran dan komunikasi bagi desa wisata tetapi juga berkontribusi terhadap kepuasan wisatawan secara keseluruhan. Selain itu, meningkatnya tren global terhadap transaksi pembayaran digital semakin menekankan pentingnya sistem pembayaran digital di sektor pariwisata. Hal ini lah yang menjadi latar belakang munculnya judul pengaruh digitalisasi informasi desa wisata dan sistem pembayaran digital terhadap peningkatan jumlah wisatawan mancanegara ke Sumatera Utara pada penelitian ini

2. TINJAUAN TEORITIS

A. Digitalisasi informasi desa wisata

Digitalisasi informasi desa wisata di Sumatera Utara, Indonesia, merupakan proses multifaset yang melibatkan pemberdayaan masyarakat, pelatihan dan pembinaan pemasaran digital, serta pengembangan wisata desa yang berkelanjutan. Sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan pentingnya keterlibatan dan pemberdayaan masyarakat dalam proses digitalisasi seperti pada Ramadhany dkk. (2022) menyoroti tantangan untuk memastikan dampak digitalisasi pada semua lapisan masyarakat, terutama di lokasi terpencil. Andiani dkk. (2023) menekankan pentingnya pelatihan dan pembinaan pemasaran digital untuk menciptakan inovasi dalam digitalisasi profil desa wisata berbasis web. Selanjutnya Purnomo dkk. (2020) menekankan pentingnya model pemberdayaan masyarakat untuk pengembangan desa wisata berkelanjutan di Indonesia. Digitalisasi informasi desa wisata juga akan bergerak menuju integrasi proses administrasi. Penerapan e-administrasi untuk *Collaborative Governance* di desa wisata sangat penting untuk mewujudkan smart village (Halim, 2023).

Sejalan dengan upaya tersebut, Suarta dkk. (2022) mengusulkan strategi pengembangan desa wisata menuju desa wisata maju berbasis digital, menekankan pentingnya melibatkan akademisi, berkolaborasi dengan biro perjalanan, dan memanfaatkan strategi pemasaran digital. Hal ini semakin menekankan perlunya pendekatan multifaset agar digitalisasi dapat berhasil.

Digitalisasi informasi wisata desa di Sumatera Utara, Indonesia, melibatkan pemberdayaan masyarakat, pelatihan dan pembinaan pemasaran digital, e-administrasi untuk tata kelola kolaboratif, dan pengembangan strategis desa wisata maju. Upaya-upaya ini secara kolektif bertujuan untuk memanfaatkan alat dan platform digital untuk mempromosikan pariwisata, meningkatkan keterlibatan masyarakat, dan memastikan keberlanjutan desa wisata.

B. Digitalisasi Sistem Pembayaran di Desa Pariwisata

Digitalisasi sistem pembayaran di desa wisata merupakan proses multifaset yang memerlukan perhatian pada berbagai aspek seperti keterlibatan masyarakat, peningkatan kapasitas, penerimaan teknologi digital, dan tata kelola kolaboratif. Memahami keterkaitan sifat digitalisasi, inovasi dan kolaborasi pemangku kepentingan sangat penting bagi keberhasilan transformasi digital desa wisata, hal ini sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya (Ramadhany et al., 2022); (Garanti dkk., 2023); (Wulandari, 2017); (Xu & Yu, 2022); (Halim, 2023).

Tantangan seperti belum meratanya dampak digitalisasi terhadap berbagai segmen masyarakat, terutama di lokasi terpencil, dapat menghambat kesiapan digitalisasi pariwisata di pedesaan (Ramadhany et al., 2022). Pengembangan pariwisata cerdas di pedesaan memerlukan fokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi digitalisasi, peluang inovasi, dan penerapan praktis teknologi digital (Garanti et al., 2023).

Penerimaan sistem pembayaran nontunai di kawasan pariwisata dipengaruhi oleh sikap dan respon pelanggan, hal ini menunjukkan pentingnya memahami penerimaan pengguna dalam konteks sistem pembayaran digital (Wulandari, 2017).

Penerapan platform digital dan metode pemasaran sangat penting untuk menciptakan suasana sosial yang sehat dan membangun sistem budaya pariwisata pedesaan yang stabil dalam masyarakat digital (Xu & Yu, 2022). Selain itu, administrasi elektronik dan integrasi media dan sistem informasi diidentifikasi sebagai komponen penting untuk mewujudkan desa cerdas dalam konteks desa wisata hijau (Halim, 2023).

C. Wisatawan Mancanegara ke Sumut

Pengembangan pariwisata di Sumut perlu kiranya terus ditingkatkan, mengingat banyaknya tempat wisata yang potensial dan beragam, dari segi keindahan, warisan budaya (*heritage*), kuliner, religi, wisata alam, dan agro wisata. Sektor pariwisata di Sumut berpotensi mendukung akselerasi perekonomian. Pengembangan destinasi wisata, antara lain Danau Toba dan daerah lainnya yang dapat mendorong peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara.

Penurunan jumlah wisatawan mancanegara menyebabkan kondisi dunia pariwisata menjadi mengkhawatirkan, khususnya ke Sumut Indonesia. Kondisi ini terus berkejang hingga diperlukan tindakan nyata untuk mengatasinya. Berikut ini beberapa peran penting kenaikan jumlah wisatawan bagi pariwisata Sumut :

1. Pendapatan dan Pertumbuhan Ekonomi

Wisatawan menyumbang pendapatan yang signifikan bagi industri pariwisata suatu destinasi. Kenaikan jumlah wisatawan berarti adanya peningkatan pendapatan dari sektor pariwisata, yang dapat menggerakkan pertumbuhan ekonomi lokal. Pendapatan yang diperoleh dari wisatawan akan mengalir ke berbagai sektor ekonomi terkait, seperti akomodasi, restoran, transportasi, toko souvenir, dan layanan lainnya, memberikan dampak positif pada pertumbuhan bisnis-bisnis tersebut.

2. Penciptaan Lapangan Kerja

Pertumbuhan jumlah wisatawan juga dapat menciptakan peluang pekerjaan baru. Semakin banyaknya wisatawan yang datang ke suatu destinasi, semakin besar pula permintaan akan tenaga kerja di sektor pariwisata. Ini dapat mencakup pekerjaan di hotel, restoran, agen perjalanan, pemandu wisata, dan berbagai layanan pendukung lainnya. Dengan demikian, kenaikan jumlah wisatawan dapat membantu mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.

3. Peningkatan Investasi Infrastruktur

Kenaikan jumlah wisatawan sering kali menjadi pemicu bagi pemerintah dan sektor swasta untuk berinvestasi dalam pengembangan infrastruktur pariwisata. Infrastruktur yang lebih baik, seperti jalan raya, bandara, pelabuhan, sarana transportasi umum, dan fasilitas pariwisata lainnya, dapat meningkatkan aksesibilitas destinasi wisata dan meningkatkan kenyamanan serta kepuasan wisatawan. Investasi ini juga dapat membuka peluang untuk pengembangan destinasi wisata yang baru atau peningkatan kualitas destinasi yang sudah ada.

4. Pembangunan Komunitas Lokal

Kenaikan jumlah wisatawan dapat membawa dampak positif bagi komunitas lokal dengan meningkatkan kesadaran akan kebudayaan, lingkungan, dan warisan lokal. Wisatawan sering kali tertarik untuk berinteraksi dengan budaya dan masyarakat setempat, sehingga membuka peluang bagi pengembangan seni, kerajinan, kuliner, dan budaya lokal. Ini dapat mendorong pelestarian budaya dan tradisi lokal serta mempromosikan kesadaran akan pentingnya pelestarian lingkungan dan keberlanjutan.

5. Promosi Destinasi

Kenaikan jumlah wisatawan juga berkontribusi pada promosi dan pemasaran destinasi. Pengalaman positif wisatawan yang berkunjung dapat menjadi testimonial yang kuat dan dapat menarik lebih banyak wisatawan potensial untuk mengunjungi destinasi yang sama. Dengan demikian, pertumbuhan jumlah wisatawan dapat menciptakan efek bola salju yang positif dalam promosi dan branding destinasi wisata.

Dengan demikian, kenaikan jumlah wisatawan bukan hanya penting bagi bisnis pariwisata itu sendiri, tetapi juga memiliki dampak yang luas pada pertumbuhan ekonomi, pembangunan komunitas lokal, dan promosi destinasi secara keseluruhan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menganalisis hubungan digitalisasi informasi desa wisata dan sistem pembayaran digital terhadap peningkatan jumlah wisatawan mancanegara ke Sumatera Utara dari negara-negara di Asia, dalam rentang waktu dari 2018-2022. Data diperoleh melalui website <https://sumut.bps.go.id/> dan website desa wisata Sumut <https://sumut.jadesta.com/>. Analisis statistik seperti regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis data.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari uji statistik menunjukkan bahwa jumlah wisatawan mancanegara dipengaruhi secara positif oleh digitalisasi. Hal ini menyiratkan peningkatan digitalisasi informasi dan digitalisasi sistem pembayaran memberikan dampak positif bagi perkembangan industri pariwisata yang ditandai dengan meningkatnya jumlah wisman ke Sumut. Perkembangan digitalisasi informasi pariwisata di Sumut ditandai dengan munculnya berbagai aplikasi terkait program wisata. Sumut saat ini sudah memiliki aplikasi digital DISUMUTAJA yang terintegrasi ke seluruh 33 kabupaten/kota, tour guide, dan travel agent. Bagi wisatawan baik lokal dan mancanegara bisa mengakses, melihat, dan merencanakan, untuk berwisata ke Sumut, dan aplikasi tersebut dapat didownload melalui android dan IOS.

Hal penting lainnya yang dilakukan Pemerintah Provinsi (Pemprov) Sumut yaitu, Pemprov Sumut juga terus bersinergi dengan Pemkab sekawasan Danau Toba, masyarakat dan stakeholder secara bersama-sama mengembangkan Geopark Kaldera Danau Toba yang sudah masuk ke dalam daftar UNESCO GLOBAL GEOPARK. Masuknya Geopark Kaldera Toba dalam UNESCO GLOBAL GEOPARK lebih memudahkan dalam mempromosikan destinasi wisata Danau Toba, bahkan hingga ke level dunia, sehingga meningkatkan jumlah wisatawan asing, mendorong peningkatan pendapatan masyarakat sekitar dan pendapatan asli daerah, serta mewujudkan Sumut yang maju dan bermartabat.

Kegiatan wisata pascapandemi telah diinformasikan melalui web desa wisata seperti di <https://sumut.jadesta.com/>, dan ada beberapa event lokal dan internasional yang sudah dan akan berlangsung di Sumut. Untuk event lokal seperti Sport Tourist dengan agenda rafting dan Sepedaan yang berlangsung di Kota Medan, dalam rangka mengenalkan heritage yang ada di Medan.

Selanjutnya, untuk event internasional yang diselenggarakan di Sumut yaitu, W20, Asian Pasific Rally Championship (APRC), Tourism Promotion Organization (TPO) Asia Pasifik dan Kejuaraan International Surfing

Nias Pro. Event bertaraf internasional ini bisa menjadi ajang promosi mengenalkan Sumut ke mancanegara, termasuk sektor pariwisatanya. Untuk wisata heritage dan religi, Pemprov Sumut juga sudah merenovasi Benteng Putri Hijau dan Masjid Azizi yang berada di Kabupaten Langkat (DISKOMINFO SUMUT).

Digitalisasi sistem pembayaran juga terbukti dapat memiliki berbagai dampak positif terhadap industri pariwisata yang ditandai dengan kenaikan jumlah wisatawan yang datang. Berikut ini beberapa hal positif terkait digitalisasi sistem pembayaran:

1. Kemudahan Transaksi

Digitalisasi sistem pembayaran menjadikan pembayaran menjadi lebih mudah, cepat, dan aman. Wisatawan tidak perlu repot membawa uang tunai atau menukar mata uang saat bepergian. Mereka dapat menggunakan kartu kredit, debit, atau dompet digital untuk melakukan pembayaran di hotel, restoran, toko souvenir, dan tempat wisata. Kemudahan ini dapat membuat pengalaman perjalanan lebih menyenangkan dan memikat lebih banyak wisatawan untuk datang.

2. Pengelolaan Keuangan yang Efisien

Digitalisasi sistem pembayaran memungkinkan pengelola tempat wisata untuk mengelola keuangan mereka dengan lebih efisien. Mereka dapat melacak pendapatan secara real-time, mengelola arus kas, dan mengoptimalkan strategi pricing dengan lebih baik. Hal ini dapat membantu mereka menawarkan paket dan promosi yang menarik bagi wisatawan, sehingga meningkatkan daya tarik destinasi tersebut.

3. Pengalaman Pengguna yang Lebih Baik

Transaksi yang cepat dan mudah membantu menciptakan pengalaman pengguna yang lebih baik bagi wisatawan. Mereka dapat dengan cepat membayar tiket masuk, menyewa kendaraan, atau memesan layanan lainnya tanpa harus menunggu lama di antrian. Pengalaman yang lancar seperti ini dapat menciptakan kesan positif tentang destinasi wisata, membuat wisatawan cenderung merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain.

4. Promosi dan Pemasaran Lebih Efektif

Melalui sistem pembayaran digital, pengelola destinasi wisata dapat mengumpulkan data pelanggan yang berharga, seperti preferensi belanja, pola perjalanan, dan perilaku pengeluaran. Data ini dapat digunakan untuk menyusun strategi promosi dan pemasaran yang lebih efektif, termasuk penargetan iklan yang lebih tepat sasaran dan penawaran khusus bagi segmen pasar tertentu. Dengan demikian, dapat meningkatkan daya tarik destinasi dan menarik lebih banyak wisatawan.

Secara keseluruhan, digitalisasi sistem pembayaran memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik suatu destinasi wisata, meningkatkan pengalaman pengguna, dan mempermudah pengelolaan bisnis pariwisata. Hal ini dapat berkontribusi pada kenaikan jumlah wisatawan yang datang ke destinasi tersebut.

Gerakan digitalisasi ini memberikan efek positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (Wisman) ke Provinsi Sumatera Utara (Sumut), diketahui telah terjadi kenaikan jumlah wisman ke Sumut pascapandemi. Tahun 2021 kunjungan wisman ke Sumut tercatat 230 orang, tahun 2022 jumlahnya bertambah menjadi 74.498 orang, dan pada periode Januari-Juni 2023, jumlahnya sudah mencapai 94.815 orang (<https://sumut.bps.go.id/>).

Berdasar data Badan Pusat Statistik (BPS) Sumut pada tahun 2022, tercatat 74.498 wisman datang ke Sumut melalui Bandara Kualanamu, Pelabuhan Laut Belawan, Pelabuhan Laut Tanjungbalai Asahan, dan Bandara Udara Silangit. Sebanyak 62.753 di antaranya berasal dari ASEAN, seperti Malaysia, Singapura, Thailand, dan Filipina.

Selain itu, 2.436 wisatawan dari Asia seperti dari India, Cina, Taiwan, Jepang, dan Korea Selatan juga datang ke Sumut. Pada tahun 2022, wisatawan asal Eropa juga sudah mulai mengunjungi Sumut. Tercatat sebanyak 6.364 orang yang berasal dari Belanda, Jerman, Prancis, Austria, Belgia, Denmark, Italia, Spanyol, Portugal, dan Inggris mengunjungi Sumut. Juga ada 1.244 wisatawan Amerika dan 97 wisatawan Afrika.

5. KESIMPULAN

Jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Sumut dipengaruhi secara positif oleh digitalisasi, peningkatan digitalisasi informasi dan sistem pembayaran memberikan dampak positif bagi perkembangan industri pariwisata yang ditandai dengan meningkatnya jumlah wisman ke Sumut. Digitalisasi menjanjikan prospek besar bagi pariwisata dalam jangka panjang. Khususnya, perbaikan pertumbuhan ekonomi, keuangan, pembangunan serta pengurangan maraknya korupsi dan peningkatan kualitas lingkungan hidup yang mempunyai pengaruh yang menguntungkan terhadap kegiatan pariwisata. Sesuai hasil penelitian ini maka disarankan agar para manajer dan pembuat kebijakan dapat menetapkan pemahaman komprehensif tentang peran digitalisasi dalam meningkatkan jumlah wisatawan. Hal ini karena digitalisasi telah terbukti berperan dalam kemajuan pariwisata, khususnya di Sumatera Utara.

REFERENCES

- Andiani, N., Kusumayani, P., Trianasari, T., & Kesiman, M. (2023). Training and coaching on digital marketing as an information and promotional media. *Abdimas Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 8(1), 177-187. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v1i1.8807>
- Astuti, N., Ginaya, G., Bagiastuti, N., & Suarja, I. (2022). Bongkasa pertiwi tourist village resilience in tackling covid-19 pandemic.. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220301.018>
- Dewi, D., Harsono, J., Yulianti, D., Desriyanti, D., & Azhar, I. (2022). Cloud computing-based information system as an effort for developing tourism village.. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220101.006>
- DISKOMINFO SUMUT
- Farkas, F., Póta, C., & Becsky-Nagy, P. (2022). Changes in payment patterns in hungary during the pandemic. *Wseas Transactions on Business and Economics*, 19, 1061-1074. <https://doi.org/10.37394/23207.2022.19.93>
- Firmansyah, F., Fadhilah, T., Catur, A., Nurmelia, E., & Rachmansyah, R. (2021). Application of digital communication to increase the tourism promotion in dayeuh kolot village, subang. *Mediator (Jurnal Komunikasi)*, 14(1), 54-65. <https://doi.org/10.29313/mediator.v14i1.7627>
- Fitriana, K., Kumalasari, D., Suranto, S., Arif, N., Putro, S., Agustinova, D., ... & Septiantoko, R. (2023). Collaborative governance in developing tourism potential through tourism villages., 156-171. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-35-0_20
- Garanti, Z., Zvaigzne, A., & Berjozkina, G. (2023). Introduction: smart tourism: what developments and issues are important to the baltic states?. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 15(5), 463-467. <https://doi.org/10.1108/whatt-06-2023-0071>
- Halim, D. (2023). E-administration for collaborative governance body of green tourism villages in realizing smart villages in bali. *Iop Conference Series Earth and Environmental Science*, 1263(1), 012017. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1263/1/012017>
- Hermanto, B., SURYANTO, S., & TAHIR, R. (2023). Exploring the drivers of tourists' revisit intention: does digital payment adoption and tour guide performance matters?. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 46(1), 124-134. <https://doi.org/10.30892/gtg.46114-1008>
- Khan, M., Khan, S., & Verda, K. (2022). Impact of covid-19 pandemic on tourists' behavior and preferences: a critical insight. *South Asian Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(4), 123-137. <https://doi.org/10.48165/sajssh.2022.3410>
- Li, N., Liu, Z., & Zhang, X. (2022). A study on the impact of dynamic visitor demand on the digital transformation of enterprises—considerations based on the regional innovation environment and the level of big data. *Sustainability*, 15(1), 261. <https://doi.org/10.3390/su15010261>
- Nugraheni, B., Rahmanto, A., & Nurhaeni, I. (2021). Adaptation of communication to community-based tourism towards tourism 4.0.. <https://doi.org/10.4108/eai.16-10-2019.2304327>
- Oentoro, W. (2021). Mobile payment adoption process: a serial of multiple mediation and moderation analysis. *The Bottom Line Managing Library Finances*, 34(3/4), 225-244. <https://doi.org/10.1108/bl-09-2020-0059>
- Purnomo, S., Rahayu, E., Riani, A., Suminah, S., & Udin, U. (2020). Empowerment model for sustainable tourism village in an emerging country. *Journal of Asian Finance Economics and Business*, 7(2), 261-270. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no2.261>
- Ramadhany, N., Saifudin, W., & Huzain, A. (2022). Readiness of tourism digitalization in alas sumur bondowoso tourism village.. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220705.023>
- Ramos, L. and Murta, F. (2022). Tourism seasonality management strategies – what can we learn from payment data. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 6(3), 1205-1221. <https://doi.org/10.1108/jhti-12-2021-0337>
- Suarta, I., Swabawa, A., Sanjaya, I., & Meirejeki, I. (2022). Strategy for development of tourism villages towards digital-based advanced tourism villages in blimbingsari village, melaya district, jembrana regency.. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220301.085>
- Tyas, N. and Damayanti, M. (2018). Potensi pengembangan desa kliwonan sebagai desa wisata batik di kabupaten sragen. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 2(1), 74. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2018.2.1.74-89>
- Wulandari, N. (2017). Cashless payment in tourism. an application of technology acceptance model. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 8(8), 1550. [https://doi.org/10.14505/jemt.v8.8\(24\).10](https://doi.org/10.14505/jemt.v8.8(24).10)
- Xu, L. and Yu, Y. (2022). How “cultural reshaping” affects rural tourism development in china - a case from zhejiang beautiful countryside demonstration area. *Tourism and Hospitality Research*, 23(4), 533-548. <https://doi.org/10.1177/14673584221112604>

Yuniarta, G., Purnamawati, I., & Suwena, K. (2023). The effect of using digital marketing platforms, optimizing potential assets on the inclusive and sustainable economy improvement. *International Journal of Organizational Behavior and Policy*, 2(1), 35-44. <https://doi.org/10.9744/ijobp.2.1.35-44>